

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Carrera: Licenciatura en publicidad.

Trabajo final de licenciatura

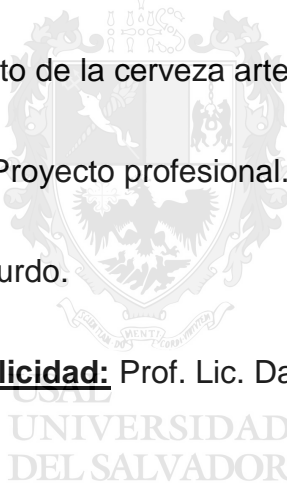
Tema: “Desarrollo y lanzamiento de la cerveza artesanal *Borromeo*”.

Metodología a implementar: Proyecto profesional.

Alumno: Francisco Santiago Zurdo.

Director de la Carrera de Publicidad: Prof. Lic. Daniel Gutiérrez

Fecha: 21 de marzo de 2018



Teléfono: +549 2323 681234

Correo electrónico: trucho37@hotmail.com

Prólogo.

El objetivo del presente proyecto es analizar los aspectos esenciales del mercado de la cerveza, desarrollando desde el comienzo, un recuento de los hechos más trascendentes de esta bebida a lo largo de su historia, y de esta forma entender cómo se retorna a la producción de antiguas recetas, que habían quedado en el olvido y hoy vuelven a salir al mundo.

La cerveza artesanal atraviesa un período de ascenso en el desarrollo productivo y un permanente crecimiento en el consumo nacional e internacional. Como consecuencia, también aumentó la oferta de marcas y la competencia por el posicionamiento. Por lo tanto, la creación de un producto con una identidad de marca que lo diferencie respecto a sus competidores, será uno de los ejes principales a tener en cuenta durante nuestra campaña de lanzamiento.

En el presente proyecto se buscará desarrollar un producto de calidad para un destino turístico rural de la provincia de Buenos Aires, mostrando todas las variables relevantes y los aspectos productivos de la actividad. Se trata de ingresar, en el comienzo, a un mercado de pequeña escala con un alto nivel de posicionamiento, dada la gran cantidad de competidores. La cerveza artesanal pasó de ser una moda para conformar una cultura en torno a sus productores, consumidores, puntos de venta y hábitos de consumo. De esta manera, la cerveza artesanal se convirtió en un producto complejo y con varios matices que influyen la decisión de compra.

La cerveza artesanal **Borromeo** nace en una pequeña y bella localidad rural de la Provincia de Buenos Aires y buscará posicionarse como líder de la región,

exhibiendo diversas características que jerarquizan al producto y se asocian con su lugar de origen.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ÍNDICE

Capítulo N° 1: Introducción.

| | |
|---|---|
| 1.1 Descripción del tema y fundamentos..... | 7 |
| 1.2 Objetivos..... | 7 |
| 1.3 Metodología..... | 8 |

Capítulo N°2: Antecedentes de la cerveza.

| | |
|--|----|
| 2.1 Antecedentes de la cerveza en el mundo. Volviendo a las fuentes... | 9 |
| 2.2 Antecedentes de la cerveza artesanal en Argentina..... | 15 |

Capítulo N° 3: Características de la cerveza artesanal.

| | |
|--|----|
| 3.1 La cerveza artesanal versus la cerveza industrial..... | 18 |
| 3.2 Características y elaboración..... | 23 |
| 3.3 Clasificación y estilos de cervezas artesanales..... | 24 |

Capítulo N°4. Marco de referencia.

| | |
|---|----|
| 4.1 El auge de la cerveza artesanal en el mercado global..... | 25 |
| 4.2 Características del mercado actual en la República Argentina..... | 26 |
| 4.3 Microcervecería. Concepto y clasificación..... | 30 |
| 4.4 Consumidores. Clasificación..... | 36 |

Capítulo N°5: Plan de marketing para la cerveza artesanal Borrromeo.

| | |
|--|----|
| 5.1 Misión y visión de la empresa Borrromeo..... | 41 |
| 5.2 Esquema FODA..... | 41 |

| | |
|---|----|
| 5.3 Mercado objetivo..... | 45 |
| 5.4 Competencia..... | 46 |
| 5.5 Objetivos de venta..... | 47 |
| 5.6 Objetivo y estrategia de marketing..... | 48 |
| 5.7 Estrategia de posicionamiento..... | 49 |
| 5.8 Plaza..... | 50 |

Capítulo Nº 6: Desarrollo de la cerveza artesanal Borromeo.

| | |
|---|----|
| 6.1 Desarrollo del producto..... | 51 |
| 6.2 Atributos de la marca..... | 56 |
| 6.3 Líneas de producto..... | 58 |
| 6.4 Diseño gráfico. Isologo del producto..... | 59 |
| 6.5 Envases..... | 60 |
| 6.6 Etiquetas..... | 60 |
| 6.7 Tipografías..... | 63 |
| 6.8 Packaging..... | 70 |

Capítulo Nº 7 Promoción de venta.

| | |
|---|----|
| 7.1 Birra Bus..... | 72 |
| 7.2 Birraners..... | 73 |
| 7.3 Rellenado de <i>growlers</i> a domicilio..... | 74 |
| 7.4 Sorteos. | 76 |
| 7.5 Festivales y eventos. <i>Beertruck</i> | 76 |
| 7.6 Degustaciones y merchandising..... | 77 |

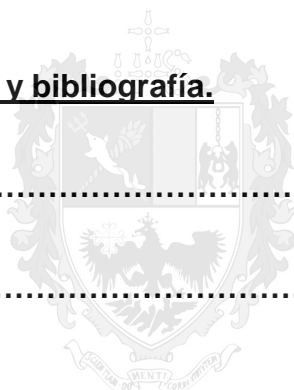
| | |
|---|----|
| 7.7 Cocinadas en vivo..... | 81 |
| 7.8 Visitas guiadas a la producción. | 82 |

Capítulo N° 8, Medios de comunicación.

| | |
|------------------------------|----|
| 8.1 Redes sociales..... | 84 |
| 8.2 Puntos de venta..... | 85 |
| 8.3 Notas periodísticas..... | 85 |
| 8.4 Avisos gráficos..... | 85 |

Capítulo N° 9. Conclusiones y bibliografía.

| | |
|-----------------------|----|
| 9.1 Conclusiones..... | 95 |
| 9.2 Bibliografía..... | 96 |



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Capítulo Nº 1 Introducción.

1.1 Descripción del tema y fundamentos.

El siguiente proyecto se propone como el soporte teórico para el desarrollo y el lanzamiento de la cerveza artesanal *Borromeo* en el pueblo turístico de Carlos Keen, Luján, provincia de Buenos Aires.

Como vecinos de esta localidad estamos comprometidos en su desarrollo sustentable y en el respeto de su identidad histórica y rural. Es por eso que, a través de nuestro emprendimiento, buscamos consolidar un producto que remarque en la construcción de imagen, sus cualidades orgánicas y saludables, sumadas a la impronta rural e histórica, de su lugar de origen. A su vez, con las acciones de promoción nos proponemos agregar valor a la oferta turística actual. Convirtiendo a la marca *Borromeo* en un atractivo más de esta localidad.

En el comienzo de este trabajo, realizaremos un breve recuento de los sucesos históricos más significativos, que marcaron la existencia de esta popular bebida, y la situación actual del mercado de la cerveza artesanal en nuestro país. A partir de toda esta información comenzaremos a desarrollar nuestro producto y las estrategias para alcanzar los objetivos dentro del contexto actual de nuestro mercado.

1.2 OBJETIVOS.

- Desarrollar un proyecto para el lanzamiento de una cerveza artesanal en la localidad turística de Carlos Keen, Luján, Bs. As.

- Priorizar la calidad del producto. Producción orgánica. Materias primas nutritivas y saludables.
- Generar una asociación y una retroalimentación entre el producto y el lugar de origen.
- Introducir una línea de producto de cinco variedades.
- Generar acciones novedosas de promoción.
- Captar el mercado de Carlos Keen, y las ciudades cercanas de la región.
- Consolidar la fidelidad de los consumidores a partir de las acciones de promoción y la comunicación vía redes sociales.
- Incorporar atributos asociados a la personalidad del lugar de origen . Tales como; la ruralidad, el valor histórico, el arte, agregando las propiedades orgánicas, más el interés por el cuidado del medio ambiente y la salud.
- Incrementar servicios útiles y novedosos para diferenciarse.

1.3 METODOLOGÍA.

La pregunta que se intenta responder a lo largo de este trabajo es cómo la cerveza artesanal puede contribuir a desarrollar el perfil turístico de un pequeño poblado rural.

Para ello se estableció un objetivo general: analizar en qué puntos confluye la producción de cerveza local y el turismo.

En primer lugar se decidió definir en el marco teórico qué era un producto local y qué era un producto turístico, para luego ejemplificar de qué forma se podía llegar

de un producto local a un producto turístico. De esta manera, lograr que se complementen, tanto el producto como el lugar de origen, potenciándose mutuamente.

Capítulo Nº 2: Antecedentes de la cerveza.

2.1 Antecedentes de la cerveza en el mundo. Volviendo a las fuentes.

El origen de la cerveza se remonta en la historia de la humanidad. Es sabido que hace más de 6000 años, en la tierra de los ríos Tigris y Éufrates, los sumerios elaboraban y consumían la cerveza.

Al parecer, la primera bebida fermentada que conoció el hombre fue la cerveza, y se cree que apareció junto con el pan de cebada. Es posible que alguien hubiese dejado el pan olvidado a la intemperie; la humedad y la flora bacteriana provocaron una fermentación natural. Al recogerlo, observó que el pan había segregado un líquido que se le puso tan bien, que sucesivamente trató de reproducir el proceso.

Los babilonios heredaron de los sumerios el arte del cultivo de la tierra y la elaboración de la cerveza. El *Rey Hammurabi* dispuso en un decreto normas sobre la fabricación de la cerveza, en el cual también se establecían severos castigos a quienes adulteraban las bebidas. La elaboración tenía carácter religioso y era realizado sólo por las sacerdotisas.

La leyenda que *Osiris* preparó la primera cerveza pertenece a la historia primitiva de Egipto y, según esta versión, la cerveza sería un invento de los

dioses; los griegos identificaron a la cerveza con los egipcios, ya que la palabra *ZYTHUM*, empleada para designar a los egipcios, también la emplearon para significar “vino de cebada”.

Los fabricantes egipcios de cerveza eran efectuados del servicio militar, y tanto los soldados como las autoridades recibían cerveza como parte de su paga.

También existen pruebas de que los chinos producían una clase de trigo llamada *KIO*, hace más de 4000 años.

La cerveza se encuentra entre las ofrendas hechas a los dioses en casi todas las culturas. En los países nórdicos se ofrecían cerveza a *Wotan*, el gigante *Oegir* era el cervecero y *Thor* el dios del trueno, el protector de la cerveza.

Si concebimos la chicha como una forma de cerveza, los sudamericanos la descubrieron cerca de 2000 años atrás.

La cerveza pasó de Egipto a Europa a partir de las cruzadas. Los caballeros de regreso a sus países las llevaban consigo. En la historia medieval y moderna apareció la tradición alemana, que es muy antigua. A raíz de fuertes heladas consecutivas que afectaron los cultivos de la vid, en Europa tomó fuerza la cerveza como reemplazo del vino.

Sin lúpulo, la cerveza es un producto de consumo interno de familias ricas y de abadías.

Se cuenta que *Santa Hidegarda*, abadesa de Ruperstberg, fue quien primero adicionó lúpulo a la cerveza. A raíz de ello, la cerveza se convirtió en importante objeto de comercio.